

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dihasilkan maka kesimpulan yang dihasilkan adalah bahwa The Cobbler merupakan perusahaan jasa yang masih baru yang berada di Yogyakarta yang menjual jasa kustom sepatu di samping jasa yang mereka tawarkan seperti mengecat, cuci sepatu, memperbaiki dan mengelem ulang. Maka desain dan pesan yang ditawarkan oleh jasa The Cobbler bisa sampai dan dimengerti oleh calon konsumennya dengan pemberian detail informasi apa saja yang ditawarkan dan beberapa file dokumentasi di balik proses jasa kustom, yang secara keseluruhan usia target *audience* berdasarkan hasil riset penyebaran angket kuesioner adalah kalangan muda-mudi dan orang dewasa (remaja umur 17-37 tahun) dan tidak dipungkiri orang yang berumur lebih tua tertarik dalam hal kustom *sneakers* ini. Penggunaan *website* dalam salah satu media promosi mereka cukup tepat berdasarkan 98.6% dari 69 responden menyetujui akan adanya *website* dan aplikasi jasa dalam memberikan informasi karena mewakili segala pesan yang dituju kepada calon konsumennya karena sifat *website* itu sendiri yang simpel, mudah dan dapat diakses dengan apapun. Peran media sosial lainnya seperti *Instagram* dan *Facebook* lebih menjadi salah satu pendukung untuk mempublikasikan situs *website* The Cobbler dan penawaran apa saja yang akan mereka berikan kepada calon konsumennya, karena tidak bisa dipungkiri bahwa eksistensi dari penggunaan media sosial *Instagram* dan *Facebook* masihlah tinggi.

Berdasarkan jawaban responden sebesar 70 orang yang merespon, banyak dari mereka tertarik dengan adanya jasa kustom sepatu yang ada di Yogyakarta dengan didukungnya media promosi seperti *website* dan aplikasi transaksi jasa The Cobbler, dengan kesimpulan ini semakin kuat nilai dari jasa yang

ditawarkan oleh The Cobbler untuk masyarakat karena membuat pilihan inovasi yang lebih unggul dan berbeda dari para pesaingnya.

Dengan adanya proses perancangan desain website sebagai media promosi The Cobbler Yogyakarta, penulis mendapatkan pelajaran bagaimana proses dalam memilih maupun menentukan media yang tepat untuk digunakan dalam hal media promosi yang sesuai dengan target pasar dan target *audience* agar terciptanya minat akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh The Cobbler dalam merawat maupun mengkustom *sneakers* kesayangan para calon konsumennya, karena setiap konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas dan terpercaya agar proses pengambilan keputusan untuk membeli maupun menggunakan jasa tercipta.

B. Saran

Perkembangan bisnis *online* saat ini semakin pesat di tambah lagi bisnis yang bergerak di dunia sepatu yang semakin lama semakin banyak pesaing yang bergerak di bidang yang sama. Dalam hal ini sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang lebih di tekankan untuk membuat desain media promosi yang menarik dan tersampainya pesan terhadap target *audience* nya yang lebih menekankan terhadap desain *UI/UX* yang saat ini masih baru bagi para mahasiswa, maka perlunya penambahan sisipan penerapan ilmu *UI/UX* dalam mata kuliah Desain Komunikasi Visual di harapkan dapat berguna, dimana perkembangan *internet*, dunia dan media *online* sangat berkembang pesat mengikuti majunya teknologi yang semakin maju untuk memudahkan segala sesuatu hal yang di temui dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan bisnis *online* saat ini semakin pesat ditambah lagi bisnis yang bergerak di dunia sepatu yang semakin lama semakin banyak pesaing yang bergerak di bidang yang sama. Dalam hal ini sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang lebih ditekan untuk membuat desain media promosi yang menarik dan tersampainya pesan terhadap target *audience* nya yang lebih menekankan terhadap desain *UI/UX* yang saat ini masih baru bagi para mahasiswa, maka perlunya penambahan sisipan penerapan ilmu

UI/UX dalam mata kuliah Desain Komunikasi Visual diharapkan dapat berguna, dimana perkembangan *internet*, dunia dan media *online* sangat berkembang pesat mengikuti majunya teknologi yang semakin maju untuk memudahkan segala sesuatu hal yang ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai salah satu mahasiswa prodi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, penulis berharap di masa datang akan dibuatkannya seminar, kuliah umum maupun *workshop* yang berhubungan dengan *UI/UX* pada desain *website* maupun aplikasi *smartphone* yang hal ini berkesinambungan juga dengan ilmu desain seperti *layout*.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Aaker, David. 2014. *Aaker On Branding*. Jakarta : Gramedia
- Samara, Timothy. 2009. *The Designer's Graphic Stew*. Beverly : Rockport Publisher.
- Sangadji, Etta Mamang., dan Sopiah. 2014. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- Sarrwono, Jonathan., Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan Pada e-Commerce perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Andi publisher.
- Arief, M. Rudyanto. 2011. *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP Dan My SQL*. Yogyakarta : Andi publisher.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Indeks.
- Moriarty, Sandra., dan Nancy Mitchell. 2009. *ADVERTISING*. Jakarta : Kencana
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- Anggraini S, Lia., dan Kirana Nathalia. 2013. *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendikia.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2005. *NIRMANA Dasar-Dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta : Arti Bumi Intaran.
- Liliweri, Alo. 1995. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tondreau. Beth. 2009. *Layout Essentials 100 Design Principles For Using Grids*. Beverly : Rockport Publisher.

B. Tautan

www.factmonster.com, diakses pada tanggal 18 September 2016.

www.sneakersholic.com, diakses pada tanggal 18 September 2016.

www.kentos.org, diakses pada tanggal 17 Juni 2017.

solusiilmukomputer.blogspot.co.id, diakses pada tanggal 15 Juni 2017.

www.uxpin.com, diakses pada tanggal 31 Oktober 2016.

www.jawapos.com, diakses pada 11 Desember 2017.

jogja.tribunnews.com, diakses pada 11 Desember 2017.

sir.stikom.edu, diakses pada 18 Desember 2017.

landasanteori.com, diakses pada 18 Desember 2017.

